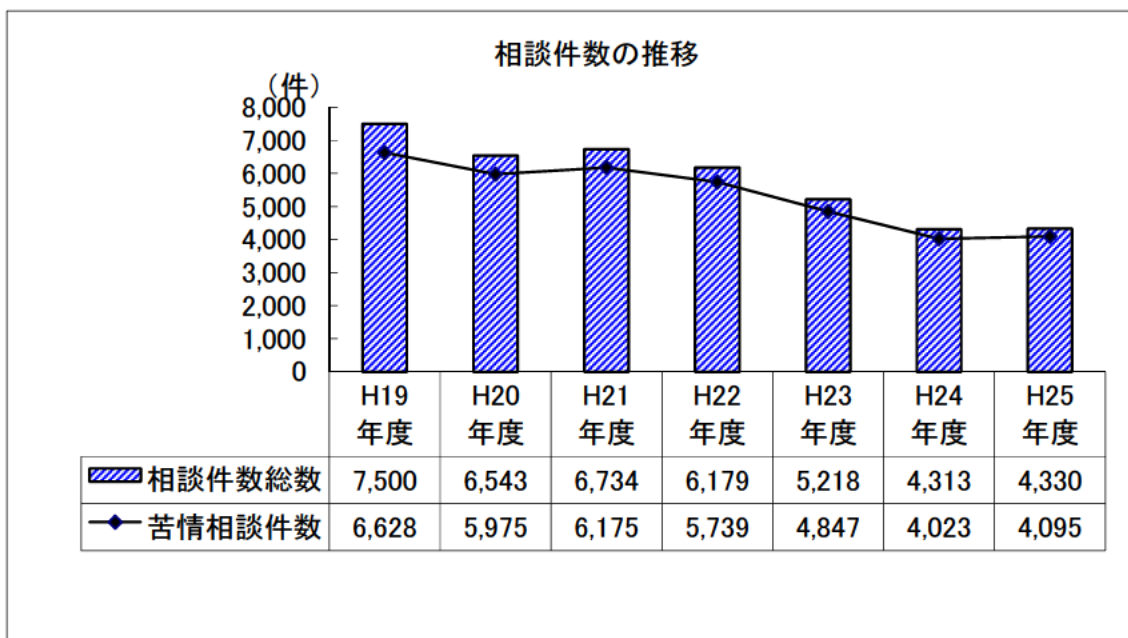


三重県消費生活センターの相談件数等の概要（平成 25 年度）

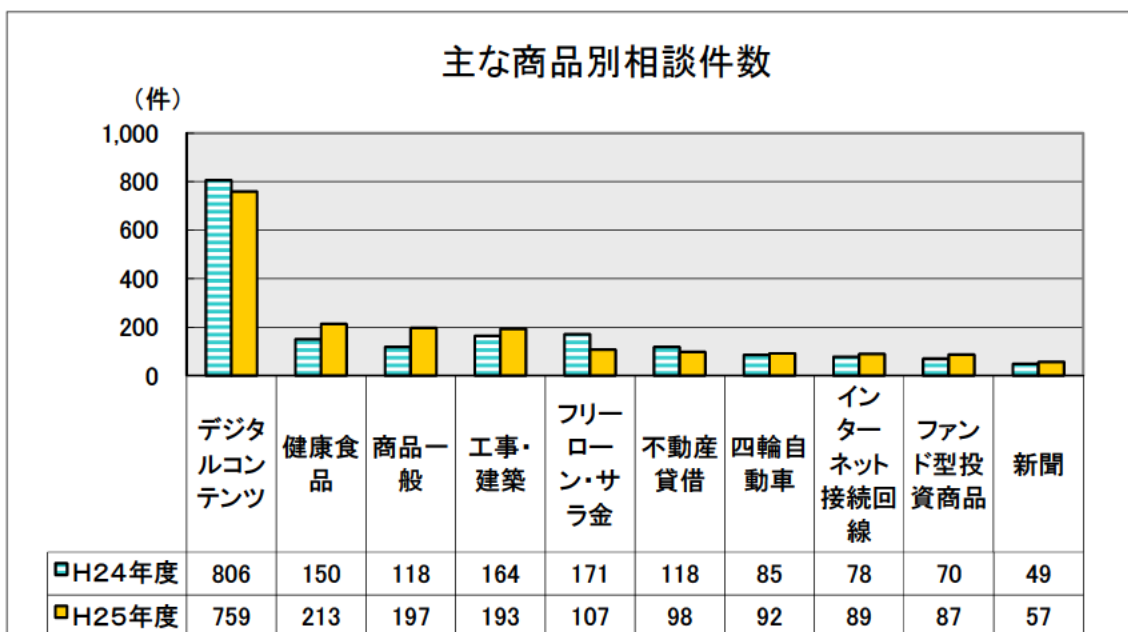
平成 25 年 4 月から平成 26 年 3 月までの 1 年間に、三重県消費生活センターで受け付けた消費生活相談件数等の概要をお知らせします。

1. 相談件数全般に関する概要



- ・相談件数総数は 4,330 件で、24 年度に比べて 17 件増加しました。
- ・相談件数総数のうち、問い合わせ等を除く消費生活苦情相談件数は 4,095 件で、24 年度に比べて 72 件増加しました。
- ・消費生活苦情相談件数の中で、架空・不当請求に関する相談は、723 件で、24 年度に比べて 16 件増加しました。

2. 商品・役務別にみた概要



・商品・役務別にみると、「デジタルコンテンツ」が759件で、24年度に比べて47件減少しましたが、最も多い相談でした。

・注文した覚えのない商品を送り付けようとする電話勧誘が頻発したため、「健康食品」は213件で24年度に比べて63件増加しました。

・商品の特定されない架空請求の増加で「商品一般」は197件で24年度に比べて79件増加しました。

・「工事・建築」は193件で、24年度に比べて29件増加しました。

・「フリーローン・サラ金」は、24年度に比べて64件減少しました。なお、県では20年度より、多重債務者相談連携システム（多重債務相談を受け付けた場合、債務状況を聞いた後に専門機関【弁護士・司法書士】を紹介する。）を立ち上げましたが、25年度は2人がシステムを利用しました。

3. 契約当事者性別にみた概要

	男性		女性	
	商品・役務名	件数	商品・役務名	件数
1	デジタルコンテンツ	501	デジタルコンテンツ	246
2	工事・建築	107	健康食品	169
3	フリーローン・サラ金	69	商品一般	112
4	四輪自動車	66	工事・建築	75
5	商品一般	66	ファンド型投資商品	51

・契約当事者の性別で見ると、男性の割合が 48.2% (1,972 人)、女性の割合が 45.9% (1,881 人) で、24 年度とほぼ同じ割合でした。

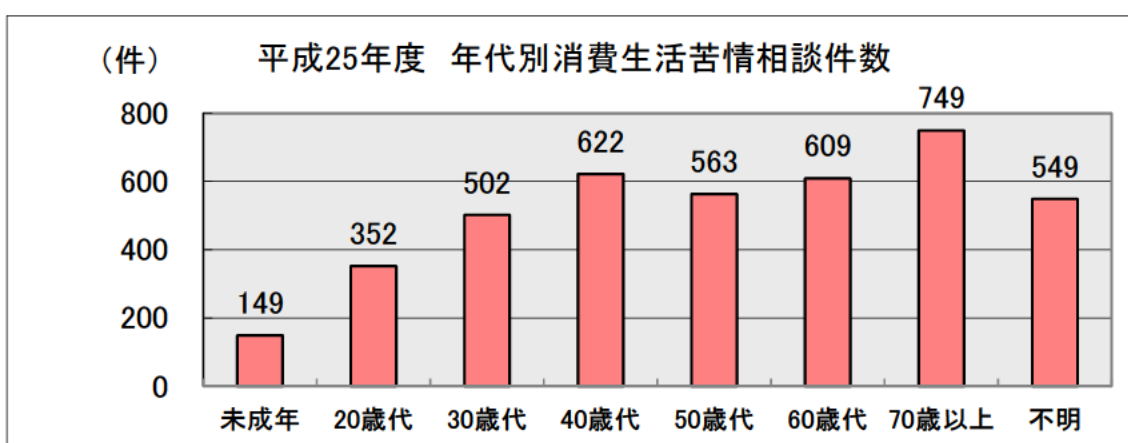
・男性については、「デジタルコンテンツ」が 501 件で最も多く、女性の 246 件に対して約 2 倍の件数となりました。次いで「工事・建築」が 2 番目に多く 107 件で、女性の 75 件に対して約 1.4 倍の件数となりました。

・女性については、「デジタルコンテンツ」に次いで、「健康食品」が 2 番目に多く 169 件で、男性の 39 件に対して約 4.3 倍の件数となりました。

・男性、女性ともに「商品一般」が「デジタルコンテンツ」、「工事・建築」以外で上位に入りました。(男性：5 番目、66 件、女性：3 番目、112 件)

・その他に、男性は「フリーローン・サラ金」、「四輪自動車」、女性は「ファンド型投資商品」がそれぞれ上位に入りました。

4. 契約当事者年代別にみた概要



・契約当事者を年代別で見ると、件数は 70 歳以上が 749 件（構成比 18.3%）で最も多く、以下は 40 歳代、60 歳代、50 歳代、30 歳代、20 歳代、未成年の順となりました。

・相談件数に占める割合が 24 年度に比べ 70 歳以上からの相談が 3.5 ポイント、60 歳代からの相談が 0.5 ポイント増加するなど、高齢者層からの相談の増加が目立っています。

・年代別の主な商品・役務については、60 歳代以下の全年代において、「デジタルコンテン

ツ」が最も多く、「工事・建築」が未成年以外の全年代で、「不動産貸借」が50歳代以下の全年代で10位以内に入りました。また「四輪自動車」が50歳代と70歳以上を除く全年代で10位以内に入りました。

・70歳以上の高齢者からの相談については、「健康食品」が132件で最も多く、次いで「商品一般」が66件、「工事・建築」が43件、「デジタルコンテンツ」が39件、「ファンド型投資商品」が33件で続きました。

・未成年からの相談については、「デジタルコンテンツ」が最も多く、全体の66%を占めました。

5. 販売購入形態別にみた概要

販売購入形態	件数	商品・役務名					
		1		2		3	
通信販売	1,334	デジタル コンテンツ	742	商品一般	41	パソコンソフト	30
店舗購入	1,175	工事・建築	100	不動産貸借	85	四輪自動車	83
電話勧誘販売	468	健康食品	135	ファンド型投資商品	51	商品一般	50
訪問販売	434	工事・建築	71	新聞	49	ソーラーシステム	33
マルチ商法	47	健康食品	13	婦人下着	6	商品一般	5
ネガティブ オプション	46	健康食品	23	商品一般	7	雑誌	3

・24年度に比べて、「通信販売」が52件、「電話勧誘販売」が28件、ネガティブオプションが28件)増加しました。

・「通信販売」では、「デジタルコンテンツ」は792件から742件に50件減少しました。「商品一般」が22件から41件に、「パソコンソフト」が11件から30件に増加しました。

・「店舗購入」では、「工事建築」が79件から100件に「四輪自動車」が68件から83件に増加し、「不動産貸借」が105件から85件に減少しました。前年度最多の「フリーローン・サラ金」は108件から63件に減少しました。

・「電話勧誘販売」では、健康食品が103件から135件に増加しました。これは事前に電話して強引に送りつけようとする悪質商法が24年度後半から25年度前半にかけ頻発したためです。「ファンド型投資商品」が39件から51件に、「商品一般」が26件から50件に増加しました。

・「訪問販売」は件数がやや減少しましたが商品・役務の順位に変動はありませんでした。

・「マルチ商法」、「ネガティブオプション」とも、「健康食品」に関する相談が最も多い相談でした。

6. 販売方法・手口別にみた概要

販売方法・手口	25年度	24年度	商品・役務名(25年度)					
			1		2		3	
家庭訪販	347	317	工事・建築	63	新聞	44	ソーラーシステム	29
無料商法	145	171	デジタルコンテンツ	82	インターネット接続回線 ミネラルウォーター	各 5	ソーラーシステム	4
利殖商法	80	99	ファンド型投資商品	40	公社債、株	各 10	投資信託	4
二次被害	57	82	デジタルコンテンツ 役務その他サービス	各 6	資格講座	4	ファンド型投資商品 株	各 3
次々販売	43	36	工事・建築	6	エステサービス	5	健康食品	4
サイドビジネス商法	37	46	健康食品 他の内職・副業	7	婦人下着	5	ファンド型投資商品 商品一般	各 2
当選商法	22	38	ミネラルウォーター	6	宝くじ	5	ファンド型投資商品 教養・娯楽サービスその他 新聞	各 2
点検商法	22	17	工事・建築	13	住居管理設備	3	ふとん類 ソーラーシステム	各 2
アポイントメントセールス	13	18	複合サービス会員	6	アクセサリ、エステサービス パチンコ関連内職、ファンド型投資商品			各 1
SF(催眠)商法	9	10	商品一般	3	ふとん類	2	家庭用電気治療器具 磁気治療器具 健康食品	各 1

1件の相談で2つ以上の販売方法・手口が含まれる相談もあります。

・相談件数の最も多い「家庭訪販」の相談は24年度に比べて30件増加しましたが上位3商品は「工事・建築」、「新聞」、「ソーラーシステム」で変動はありませんでした、他に「次々販売」、「点検商法」の相談が増加しました。

・「無料商法」の相談は、24年度に比べて26件減少しました。その中で、全相談中最も多い「デジタルコンテンツ」が99件から82件に減少しました。

・「利殖商法」の相談は24年度に比べて19件減少しましたが上位3商品の「ファンド型投資商品」は24年度と同じ40件でした、「公社債」は24年度21件、「株」は24年度16件からともに10件に減少しました。

・「二次被害」の相談は、24年度に比べて25件の大幅減少でした。上位商品の「デジタルコンテンツ」が16件から6件、「資格講座」が10件から4件、「ファンド型投資商品」が9件から3件、「株」が7件から3件減少しました。

・「次々販売」の相談は24年度に比べ7件の増加でした。

- ・「サイドビジネス商法」の相談は24年度に比べ9件減少しました。
- ・「当選商法」の相談は24年度に比べ16件減少しました。
- ・「点検商法」の相談は24年度に比べ5件増加しました。「工事建築」が5件から13件に増加しました。